

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka ruang baru bagi penyebaran pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Teknologi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana pendukung, melainkan telah menjadi bagian integral dari proses penyampaian pesan dakwah. Media baru (*new media*) memiliki karakteristik *interactivity*, *social presence*, *media richness*, *autonomy*, *playfulness*, *privacy*, dan *personalization* yang memungkinkan distribusi informasi berlangsung secara lebih dinamis serta menjangkau khalayak tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dalam perkembangannya, media sosial menjadi salah satu bentuk media baru yang banyak dimanfaatkan oleh lembaga dan komunitas keagamaan sebagai ruang komunikasi dakwah (Wempi dkk., 2025: 158–160).

Perubahan dalam pemanfaatan media digital turut memengaruhi cara lembaga-lembaga keagamaan menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak disampaikan melalui pengajian, majelis taklim, kegiatan di pesantren dan madrasah, serta khutbah di masjid, kini berbagai lembaga keagamaan mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Perubahan tersebut tidak hanya memperluas jangkauan penyampaian dakwah, tetapi juga mendorong penyesuaian bentuk penyajian pesan agar lebih sesuai dengan karakteristik media digital. Dalam konteks ini, komunikasi visual melalui konten digital menjadi salah satu pendekatan yang semakin banyak

digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat (Fathurokhmah & Pratiwi, 2025: 117–131).

Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam penyebaran pesan keagamaan berbasis visual adalah Instagram. Karakteristik platform ini memungkinkan penyampaian konten dakwah melalui perpaduan unsur visual, seperti gambar, tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak, sehingga informasi dapat disajikan secara lebih menarik dan mudah diterima oleh pengguna. Berdasarkan laporan Digital Report Indonesia dari We Are Social, Instagram tercatat sebagai platform media sosial dengan pengguna aktif sebanyak 89,9 juta jiwa di Indonesia, menjadikannya salah satu platform dengan jangkauan terbesar (We Are Social, 2026: 42).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi yang sangat besar sebagai media penyebaran pesan keagamaan. Salah satu akun yang memanfaatkan platform tersebut adalah Instagram @mt_albatuul. Berdasarkan hasil observasi awal pada Juni 2026, akun ini memiliki 13.300 pengikut (*followers*), 461 unggahan konten poster dakwah, rata-rata tayangan video sekitar 10.00 kali, serta rata-rata interaksi berupa tanda suka dan komentar sebanyak 45–60 interaksi pada setiap unggahan. Data tersebut tidak hanya menunjukkan aktivitas pengelolaan akun yang berlangsung secara berkelanjutan, tetapi juga memperlihatkan bahwa akun @mt_albatuul memiliki karakteristik yang memadai untuk dijadikan objek penelitian mengenai komunikasi visual dalam konten dakwah (Rina & Nuraeni, 2025: 317-318).

Di antara berbagai akun dakwah yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi, akun @mt_albatuul menunjukkan karakteristik yang menarik untuk dikaji. Akun ini tidak hanya mempublikasikan konten dakwah secara rutin, tetapi juga menampilkan pola komunikasi visual yang relatif konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak pada setiap unggahan poster. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara pesan tersebut direpresentasikan secara visual. Sementara itu, tidak semua lembaga atau majelis taklim yang memanfaatkan media sosial menerapkan pola komunikasi visual yang serupa. Perbedaan karakteristik inilah yang menjadikan akun Instagram @mt_albatuul relevan untuk dikaji lebih lanjut sebagai objek penelitian mengenai komunikasi visual dalam konten dakwah di media sosial (Karouw dkk., 2024: 125).

Meskipun berbagai lembaga keagamaan telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah, keberadaan konten dakwah di ruang digital belum serta-merta menjelaskan bagaimana komunikasi visual dibangun dalam setiap publikasi. Aktivitas unggahan yang dilakukan secara rutin hanya menunjukkan intensitas produksi konten, sedangkan proses pemilihan elemen visual, penyusunan tata letak, penggunaan tipografi, serta pembentukan karakter visual masih memerlukan kajian yang lebih mendalam. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa akun Instagram @mt_albatuul telah secara aktif memproduksi konten dakwah visual, sementara majelis taklim lain di sekitarnya belum banyak yang melakukan hal serupa. Kondisi ini menjadikan @mt_albatuul unik dan layak

dikaji lebih lanjut sebagai objek penelitian komunikasi visual dakwah di media sosial (Widyasayogo & Muljosumarto, 2024: 35).

Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah menunjukkan bahwa penyampaian pesan keagamaan tidak lagi bergantung pada isi pesan semata, tetapi juga pada cara pesan tersebut dikemas dan disajikan kepada khalayak. (Darojatun & Busro, 2024: 40). Dalam konteks media sosial yang mengutamakan aspek visual, pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, komposisi, dan tata letak menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses komunikasi. Meskipun demikian, keberadaan konten dakwah yang dipublikasikan secara rutin belum serta-merta menjelaskan bagaimana komunikasi visual dibangun untuk mendukung penyampaian pesan keagamaan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu menjelaskan konstruksi komunikasi visual dalam konten dakwah, sehingga aspek visual tidak hanya dipahami sebagai unsur estetis, tetapi juga sebagai bagian dari proses komunikasi (Rahmawati dkk., 2024: 85-86).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah, strategi komunikasi dakwah digital, maupun efektivitas penyampaian pesan melalui Instagram. Penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah, tetapi belum secara khusus memusatkan perhatian pada komunikasi visual sebagai proses penyusunan dan penyampaian pesan dalam konten dakwah. Selain itu, kajian yang menjadikan akun Instagram @mt_albatuul sebagai objek penelitian juga masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji komunikasi

visual dalam konten dakwah pada akun Instagram @mt_albatuul sebagai fokus utama penelitian (Qudus dkk., 2025: 335–336).

Berbagai penelitian mengenai dakwah digital telah memberikan kontribusi dalam menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada efektivitas media sosial, strategi komunikasi dakwah, atau pengaruh pesan keagamaan terhadap perilaku pengguna. Meskipun demikian, kajian yang secara khusus memusatkan perhatian pada komunikasi visual sebagai proses penyusunan dan penyampaian pesan dalam konten dakwah masih belum banyak dilakukan. Selain itu, penelitian yang menjadikan akun Instagram @mt_albatuul sebagai objek kajian komunikasi visual juga masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang pengembangan kajian yang dapat diisi melalui penelitian mengenai komunikasi visual dalam konten dakwah di media sosial (Musta'in, 2024: 82–104).

Komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul menarik untuk diteliti karena akun tersebut tidak hanya secara aktif memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran dakwah, tetapi juga menunjukkan adanya karakteristik visual yang konsisten dalam penyajian kontennya. Konsistensi tersebut terlihat melalui penggunaan berbagai elemen visual, seperti warna, tipografi, ilustrasi atau foto, bentuk visual, komposisi, dan tata letak. Namun, penerapan unsur-unsur tersebut tidak selalu ditampilkan secara seragam, melainkan disesuaikan dengan tema, jenis, dan kebutuhan informasi pada setiap konten. Dengan demikian, terdapat perpaduan antara konsistensi identitas visual dan kemampuan adaptasi visual dalam penyajian beragam pesan dakwah.

Karakteristik tersebut menjadikan komunikasi visual pada akun Instagram @mt_albatuul relevan untuk dikaji lebih lanjut. Beragamnya bentuk dan tema konten, mulai dari informasi kegiatan, amalan dan doa, hari besar Islam, pendidikan keagamaan, perjalanan ibadah, layanan donasi, hingga promosi program pendukung, menunjukkan adanya kebutuhan untuk menyesuaikan penyusunan elemen dan struktur visual dengan karakter pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi visual dalam konten dakwah pada akun Instagram @mt_albatuul tidak hanya menarik dari aspek tampilan, tetapi juga dari cara elemen visual, struktur penyajian, dan fungsi visual digunakan dalam mendukung penyampaian pesan dakwah melalui media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan bagaimana komunikasi visual diterapkan dalam konten dakwah pada akun Instagram @mt_albatuul. Analisis dilakukan dengan menggunakan perspektif komunikasi visual Paul Martin Lester yang menekankan tiga dimensi utama, yaitu *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions*. Melalui perspektif tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana elemen-elemen visual digunakan secara konsisten dalam membangun penyampaian pesan dakwah di media sosial (Lester, 2022: 43–57).

Berdasarkan uraian fenomena, permasalahan, dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan komunikasi visual dalam konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerapan elemen-elemen komunikasi visual dalam penyampaian pesan

dakwah di media sosial serta memperkaya kajian komunikasi visual dan dakwah digital. Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini dirumuskan dengan judul **“Komunikasi Visual dalam Konten Dakwah di Media Sosial (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @mt_albatuul)”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kajian komunikasi visual dalam konten dakwah digital yang dipublikasikan melalui akun *Instagram* @mt_albatuul.

1. Bagaimana pengelola akun *Instagram* @mt_albatuul mengonstruksi elemen visual (*sensory elements*) dalam produksi konten dakwah di media sosial?
2. Bagaimana pengelola akun *Instagram* @mt_albatuul menerapkan stuktur visual (*technical layout*) dalam produksi konten dakwah di media sosial?
3. Bagaimana pengelola akun *Instagram* @mt_albatuul menerapkan fungsi visual (*cognitive functions*) dalam produksi konten dakwah di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mencapai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pengelola akun *Instagram* @mt_albatuul mengonstruksi elemen visual (*sensory elements*) dalam produksi draf konten dakwah digital.
2. Mendeskripsikan pengelola akun *Instagram* @mt_albatuul menerapkan struktur visual (*technical layout*) dalam produksi draf konten dakwah di media sosial.

3. Mendeskripsikan pengelola akun Instagram @mt_albatuul menerapkan fungsi visual (*cognitive functions*) dalam produksi draf konten dakwah guna memelihara stabilitas identitas komunikasi organisasi di media sosial.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian Komunikasi Visual, khususnya melalui penerapan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester pada konteks dakwah digital di media sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai komunikasi visual dalam dakwah digital, terutama yang berkaitan dengan konsistensi penerapan elemen visual dan pembentukan identitas komunikasi pada media sosial.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan disiplin ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), khususnya dalam kajian I'lam dan komunikasi dakwah digital.

2. Kegunaan secara Praktis

- a) Bagi Pengelola Akun *Instagram* @mt_albatuul

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pengelola akun Instagram @mt_albatuul dalam mengembangkan komunikasi visual pada konten dakwah yang dipublikasikan.

b) Bagi Praktisi Dakwah Digital dan Kreator Konten

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para praktisi dakwah digital dan kreator konten dalam memahami pentingnya komunikasi visual sebagai sarana penyampaian pesan dakwah di media sosial.

c) Bagi Institusi dan Lembaga Keagamaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi praktis bagi institusi dan lembaga keagamaan dalam merancang dan mengelola konten dakwah berbasis media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Komunikasi visual merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan unsur-unsur visual sebagai media penyampaian pesan kepada khalayak. Dalam konteks media digital, efektivitas penyampaian pesan tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh cara pesan dikemas melalui berbagai elemen visual. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester melalui konsep *images with messages* sebagai landasan analisis. Menurut Lester, pesan visual merupakan sistem komunikasi yang dibangun melalui keterpaduan elemen visual, struktur penyajian, dan fungsi visual sehingga mampu mendukung penyampaian makna kepada khalayak. Berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini memandang komunikasi visual sebagai proses penyusunan konten dakwah yang mengintegrasikan unsur-unsur visual secara terencana untuk

mendukung penyampaian pesan melalui media sosial (Wibowo & Ahmad, 2025: 50–61).

Berdasarkan perspektif Paul Martin Lester, komunikasi visual terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu elemen visual (*sensory elements*), struktur visual (*technical layout*), dan fungsi visual (*cognitive functions*). Ketiga dimensi tersebut menjadi kerangka analisis untuk mengkaji karakteristik komunikasi visual melalui pengelolaan elemen visual, penyusunan tata letak, dan fungsi visual dalam konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul (Hilmi, 2022: 1–28).

Dimensi pertama, *sensory elements*, berkaitan dengan penggunaan elemen-elemen dasar visual, seperti warna, tipografi, ilustrasi, garis, bentuk, dan komposisi. Elemen-elemen tersebut berfungsi menarik perhatian, memperjelas penyampaian pesan, serta membangun identitas visual suatu media. Konsistensi penggunaan elemen visual dalam media digital berperan penting dalam membentuk identitas organisasi. Berdasarkan konsep tersebut, dimensi *sensory elements* digunakan untuk mengkaji karakteristik elemen visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul (Bangun dkk., 2024: 1–9).

Dimensi kedua, *technical layout*, mengacu pada pengorganisasian elemen-elemen visual berdasarkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Dimensi ini mencakup hierarki informasi, pemanfaatan white space, keseimbangan komposisi, proporsi, serta alur baca yang mendukung keteraturan penyajian pesan. Tata letak yang baik membantu penyampaian informasi secara lebih jelas, sistematis, dan mudah dipahami. Konsistensi struktur visual merupakan aspek penting dalam menjaga keteraturan penyajian konten pada media digital. Berdasarkan konsep

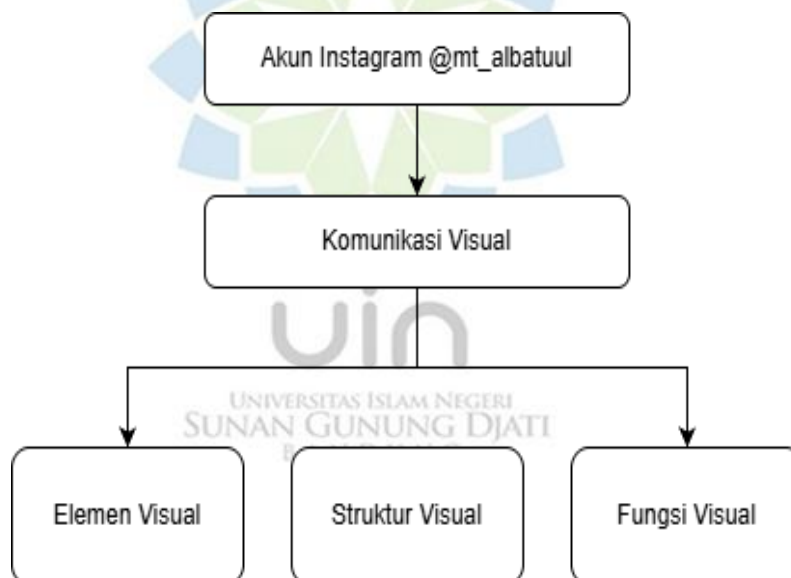
tersebut, dimensi *technical layout* digunakan untuk mengkaji karakteristik penyusunan tata letak pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul (Hindoyo & Muljosumarto, 2024: 89–102).

Dimensi ketiga, *cognitive functions*, berkaitan dengan fungsi visual dalam mendukung proses pengenalan, pemahaman, dan pemaknaan pesan. Setiap elemen visual tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetis, tetapi juga sebagai sarana yang membantu penyampaian makna secara lebih jelas. Dalam penelitian ini, dimensi *cognitive functions* digunakan untuk mengkaji bagaimana karakteristik visual pada konten dakwah mendukung penyampaian pesan dan pembentukan identitas komunikasi pada akun Instagram @mt_albatuul. Konsistensi penerapan standar visual berkontribusi terhadap pembentukan identitas komunikasi suatu organisasi (Lusiawati, 2025: 73–92). Ketiga dimensi komunikasi visual menurut Paul Martin Lester saling melengkapi dalam menjelaskan penyusunan dan penyampaian pesan melalui media visual. Secara terpadu, *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions* memberikan kerangka konseptual untuk menganalisis karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul (Suminto & Arifianto, 2024: 60–71).

Berdasarkan uraian tersebut, Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester menjadi landasan analisis dalam penelitian ini. Melalui tiga dimensi, yaitu *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions*, teori tersebut digunakan untuk mengkaji karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul (Apriyanthi dkk., 2025: 1–18).

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan alur analisis komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul. Penelitian berangkat dari konsep komunikasi visual, kemudian menggunakan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions*. Ketiga dimensi tersebut menjadi dasar analisis untuk mengkaji karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul (Purnamasari dkk., 2024: 48–59).



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Majelis Taklim Albatuul yang berlokasi di Jalan Perumnas Cijerah II, Kelurahan Gempolsari, Kecamatan Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat 40534. Lokasi tersebut dipilih karena Majelis Taklim

Albatuul mengelola akun Instagram @mt_albatuul sebagai media resmi penyampaian konten dakwah kepada masyarakat.

Pemilihan akun Instagram @mt_albatuul sebagai objek penelitian didasarkan pada kesesuaiannya dengan fokus penelitian mengenai komunikasi visual dalam konten dakwah di media sosial. Akun tersebut secara aktif mempublikasikan konten dakwah dalam bentuk poster digital dengan karakteristik visual yang konsisten pada setiap unggahannya (Rahmanto, 2024: 64–71).

Karakteristik tersebut terlihat pada penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, komposisi visual, dan tata letak yang relatif konsisten. Oleh karena itu, akun Instagram @mt_albatuul relevan dianalisis menggunakan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester melalui dimensi *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions* (Utami, 2024: 114–122).

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai hasil proses pemaknaan yang dibentuk melalui pengalaman, interaksi, dan interpretasi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dengan demikian, realitas dipahami sebagai konstruksi makna yang berkembang sesuai dengan konteks sosial (Pahleviannur dkk., 2022: 1–18). Paradigma konstruktivisme dipilih karena penelitian ini memandang unsur-unsur visual pada konten dakwah sebagai simbol komunikasi yang mengandung makna. Paradigma tersebut digunakan untuk memahami karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul berdasarkan perspektif Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena berdasarkan kondisi yang berlangsung secara alamiah tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul (Gunawan, 2022: 79–111). Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah akun Instagram @mt_albatuul berdasarkan tiga dimensi Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester, yaitu *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi deskriptif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan karakteristik komunikasi visual dalam konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial berdasarkan kondisi yang berlangsung secara alamiah melalui proses pengumpulan data tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian. Sejalan dengan itu, penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menghasilkan uraian yang sistematis mengenai suatu fenomena berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan (Roosinda dkk., 2022: 29–34).

Metode deskriptif digunakan karena penelitian ini berfokus pada penggambaran karakteristik komunikasi visual dalam konten dakwah, bukan pada pengujian hubungan antarvariabel atau pengukuran pengaruh suatu perlakuan.

Melalui metode ini, penelitian diarahkan untuk mendeskripsikan karakteristik elemen visual (*sensory elements*), struktur visual (*technical layout*), dan fungsi visual (*cognitive functions*) berdasarkan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester pada konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten dakwah yang dipublikasikan, wawancara dengan pengelola akun Instagram @mt_albatuul, serta dokumentasi terhadap materi visual yang menjadi objek penelitian. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman mengenai karakteristik komunikasi visual yang ditampilkan dalam setiap konten dakwah. Analisis data kualitatif dilakukan melalui proses pengorganisasian, penyajian, dan penarikan kesimpulan sehingga fenomena yang diteliti dapat dipahami secara sistematis (Sari dkk., 2022: 129–148).

4. Jenis Data dan Sumber Data

Bagian ini menjelaskan jenis data dan sumber data sebagai berikut:

a) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk uraian deskriptif, informasi verbal, dokumentasi visual, serta hasil interpretasi terhadap fenomena yang dikaji. Data penelitian diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap aktivitas pengelolaan komunikasi visual pada akun Instagram @mt_albatuul (Rukhmana dkk., 2022: 21–62).

Data dalam penelitian ini meliputi proses pengelolaan konten dakwah, pola produksi materi visual, bentuk tata letak poster, penggunaan warna, pemilihan tipografi, penyusunan ilustrasi, serta konsistensi penerapan elemen visual dalam setiap unggahan. Selain itu, data penelitian juga mencakup hasil wawancara dengan pengelola akun mengenai proses perencanaan, pertimbangan desain, serta strategi pengelolaan visual yang diterapkan dalam mempertahankan kontinuitas publikasi konten.

Seluruh data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi bentuk penerapan komunikasi visual serta pola standardisasi desain yang digunakan dalam pengelolaan konten dakwah digital pada akun Instagram @mt_albatuul.

b) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder (Chatra dkk., 2023: 1–122).

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer diperoleh dari dua sumber utama. Pertama, konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul, berupa poster digital yang menjadi objek analisis dalam penelitian ini. Konten tersebut digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik komunikasi visual berdasarkan dimensi *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions* menurut Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester (Arsandi dkk., 2024: 227–237). Kedua, sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun Instagram @mt_albatuul sebagai informan utama. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses perencanaan, penyusunan, dan

pengelolaan komunikasi visual dalam konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun tersebut (Herdiansyah & Maskan, 2025: 261–280).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur akademik yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan komunikasi visual, komunikasi digital, dakwah digital, media sosial, dan Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester, khususnya dimensi *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions*. Sumber data sekunder digunakan sebagai landasan konseptual dan teoritis untuk mendukung analisis terhadap karakteristik komunikasi visual dalam konten dakwah pada akun Instagram @mt_albatuul. Selain itu, data sekunder berfungsi memperkuat interpretasi hasil penelitian melalui perbandingan dengan teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan.

c) Informan atau Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah pengelola akun Instagram @mt_albatuul yang terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, penyusunan, pengelolaan, dan publikasi konten dakwah digital. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan mengenai pengelolaan komunikasi visual pada akun Instagram @mt_albatuul serta mampu memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian (Sulistiyo, 2023: 1–117).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul, khususnya unggahan berbentuk poster

digital. Unit analisis tersebut dipilih karena memuat karakteristik komunikasi visual yang menjadi fokus penelitian dan dapat dianalisis berdasarkan dimensi *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions* dalam Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester. Analisis difokuskan pada karakteristik komunikasi visual yang ditampilkan dalam setiap konten dakwah sebagai bentuk penyampaian pesan melalui media sosial.

d) Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan terhadap konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul. Peneliti melakukan pengamatan secara sistematis terhadap berbagai unsur komunikasi visual yang terdapat pada poster digital, seperti penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, bentuk visual, komposisi desain, serta pengaturan tata letak yang digunakan dalam setiap unggahan (Adam, 2023: 59–66). Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan penerapan elemen visual (*sensory elements*), struktur visual (*technical layout*), dan fungsi visual (*cognitive functions*) sebagaimana dijelaskan dalam Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester. Melalui kegiatan observasi, peneliti mengkaji bagaimana elemen-elemen visual dikonstruksikan dan diorganisasikan untuk mendukung penyampaian pesan dakwah kepada audiens media sosial.

Selain itu, peneliti juga mencatat dan mendokumentasikan pola-pola visual yang muncul secara konsisten pada berbagai unggahan, termasuk penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, hierarki informasi, pembagian ruang, serta susunan tata letak. Pengamatan tersebut dilakukan untuk memahami karakteristik komunikasi

visual yang membentuk identitas dakwah digital akun @mt_albatuul serta peran elemen visual dalam mendukung pemahaman dan pengenalan pesan oleh audiens.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis mengenai komunikasi visual dalam konten dakwah pada akun Instagram @mt_albatuul. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pengelola akun Instagram @mt_albatuul sebagai informan utama. Wawancara ini bertujuan menggali informasi mengenai proses perencanaan, penyusunan, pertimbangan desain, pengelolaan, dan publikasi konten dakwah digital (Iskandar, 2022: 1–242).

Wawancara dilaksanakan secara langsung maupun melalui media komunikasi, seperti WhatsApp, dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian. Seluruh hasil wawancara direkam, ditranskripsikan, dan dianalisis sebagai bagian dari data penelitian.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk menghimpun data berupa konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar (*screenshot*) unggahan poster digital beserta informasi yang menyertainya, seperti caption, tanggal publikasi, dan informasi pendukung lain yang relevan dengan kebutuhan penelitian (Budi dkk., 2024: 41–47). Data dokumentasi digunakan sebagai bukti empiris untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara serta memperkuat proses analisis terhadap karakteristik komunikasi visual dalam konten dakwah pada akun

Instagram @mt_albatuul. Melalui teknik ini, peneliti memperoleh dokumen visual yang dapat digunakan sebagai bahan analisis berdasarkan dimensi *sensory elements*, *technical layout*, dan *cognitive functions* dalam Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester.

e) Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk menjamin kredibilitas data, penelitian ini menggunakan tiga teknik penentuan keabsahan data, yaitu triangulasi, member check, dan kecukupan referensi (*referential adequacy*) (Nasution, 2023: 1–184).

1. Triangulasi

Triangulasi dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil observasi terhadap konten dakwah, wawancara dengan pengelola akun Instagram @mt_albatuul sebagai informan utama, serta informasi dari pengikut (*followers*) sebagai informan pendukung. Adapun triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Nurhayati dkk., 2024: 85–146).

2. Member Check

Member check dilakukan dengan menyampaikan hasil interpretasi data kepada pengelola akun Instagram @mt_albatuul untuk memastikan bahwa hasil penafsiran peneliti sesuai dengan informasi yang dimaksud oleh informan. Apabila terdapat ketidaksesuaian, peneliti melakukan klarifikasi berdasarkan masukan yang diberikan (Hakim dkk., 2026: 1–246).

3. Kecukupan Referensi (*Referential Adequacy*)

Kecukupan referensi dilakukan dengan mengelola dokumen penelitian berupa tangkapan layar (*screenshot*) konten Instagram, dokumentasi poster dakwah, transkrip wawancara, dan catatan hasil observasi. Dokumen tersebut digunakan sebagai bukti pendukung dalam proses analisis dan interpretasi data (Fateqah & Nuswardhani, 2024: 1–432).

f) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahap tersebut dilakukan secara berulang selama proses penelitian hingga diperoleh data yang kredibel (Rosmita dkk., 2024: 1–155).

1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan memfokuskan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian. Data kemudian dikategorikan berdasarkan tiga dimensi Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester, yaitu sensory elements, technical layout, dan cognitive functions, sedangkan data yang tidak relevan dengan fokus penelitian tidak digunakan dalam proses analisis.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah direduksi selanjutnya disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, dokumentasi visual, dan kutipan hasil wawancara. Penyajian data bertujuan memudahkan peneliti mengidentifikasi pola serta karakteristik komunikasi visual pada konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun Instagram @mt_albatuul.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir dilakukan dengan menafsirkan data yang telah dianalisis untuk menjawab fokus penelitian. Kesimpulan yang diperoleh terus diverifikasi melalui hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan proses triangulasi sehingga menghasilkan temuan yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Wijayati dkk., 2024: 1–224)

